

PERENCANAAN STRATEGI USAHA PT. BARATA INDONESIA

KARYA TULIS UTAMA

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
untuk mencapai derajat Magister Manajemen**



Diajukan oleh :

TATIT TUTUKO

NIM : 04931017 - M

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
1995**

25
MM. 39 / 99
TUT
P
UNIVERSITAS AIRLANGGA
FACULTY OF MANAGEMENT
JL. KH. YUSUF KALYAN
SURABAYA


PERENCANAAN STRATEGI USAHA PT BARATA INDONESIA

KARYA TULIS UTAMA

Telah Disetujui Oleh Panitia Penguji
Pada Tanggal 7 Desember 1995
Memenuhi persyaratan mencapai derajat
Magister Manajemen
Program Magister Manajemen


Oleh :
TATIT TUTUKO
NIM 049310107/M

Pembimbing Utama :



Drs. Ec. HA. Choesni Abdulkarim, M.Sc.
NIP 130517219

Mengetahui :
Direktur Program Magister Manajemen
Universitas Airlangga



Drs. Ec. HA. Choesni Abdulkarim, M.Sc.
NIP 130517219

Yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa :

Nama : TATIT TUTUKO

NIM : 049310107/M

Telah melakukan penyempurnaan/ perbaikan terhadap karya tulis utamanya yang berjudul "Perencanaan Strategi Usaha PT Barata Indonesia".

Sebagaimana telah disarankan oleh Penguji.

Sekretaris

Surabaya,

Ketua Penguji

(Drs.Ec.HA. Choesni Abdulkarim, M.Sc.)

(Drs. Soedjono Abipraja)

Anggota

(Muchsin Rahim, Ph.D)

ABSTRAK

Suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur dan tergolong besar pengelolaan tentunya adalah sangat kompleks terutama dalam menghadapi globalisasi perekonomian dewasa ini. Untuk itu dibutuhkan suatu strategi manajemen yang jitu agar perusahaan tetap dapat exist dalam struktur persaingan industri. PT Barata Indonesia dari tahun 1988 sampai dengan 1994 menunjukkan suatu kinerja yang terus menurun oleh karena itu perlu membuat suatu perencanaan strategi usaha yang tepat agar dapat memperbaiki kinerja perusahaan, dari kinerja perusahaan yang tidak sehat menjadi sehat. Untuk itu fokus pembenahan perusahaan diarahkan pada fungsi pemasaran, teknologi, produksi dan keuangan kemudian diikuti dengan fungsi-fungsi yang lain, mengingat semua fungsi didalam perusahaan sebenarnya merupakan satu kesatuan yang harus berjalan secara harmonis dan menghasilkan dampak sinergi. Strategi usaha yang diformulasikan berdasarkan pada faktor internal dan eksternal. Sedangkan untuk merencanakan strategi pemasaran dengan menggunakan pendekatan matriks bisnis – portfolio (BCG) dan matriks GE untuk memformulasikan strategi untuk masing-masing bisnis Alat Berat, industri Energi, Industri Agro dan Pengecoran. Sebagai pemecahan masalah dan pemilihan strategi adalah sebagai berikut ;

Tingkat korporasi: strategi kombinasi yaitu strategi defensive dan strategi Aliansi. Tingkat Bisnis : Strategi overall Cost leadership.